

令和6年度宇都宮市地産地消推進会議 次第

日時：令和6年4月19日（金）

午前10時～

場所：宇都宮市役所 14階 14D会議室

1 開会

2 会長あいさつ

3 議題

(1) 議案第1号 令和5年度事業報告及び収支決算について

(2) 議案第2号 令和6年度事業計画及び収支予算等について

4 その他

5 閉会

令和6年度 宇都宮市地産地消推進会議委員名簿

役職	No.	氏 名	職 業 等	備考
第1号委員 (市議会議員)	1	福田 久美子	市議会議員	
	2	若林 芽育	市議会議員	
第2号委員 (学識経験者)	3	阿部 恒久	栃木県河内農業振興事務所 所長	
	会長 4	西山 未真	宇都宮大学 教授	
第3号委員 (関係団体の代表)	副会長 5	見形 繁	宇都宮農業協同組合 代表理事常務	
	6	野澤 克子	宇都宮市消費者友の会 会長	
	7	笹沼 佳子	宇都宮市農村生活研究グループ協議会 会長	新任
	8	田崎 昌克	宇都宮市園芸振興連絡協議会 (宇都宮園芸振興連絡協議会会長)	新任
	9	田野邊 大介	東一宇都宮青果株式会社 代表取締役社長	
	10	渡邊 崇	栃木県飲食業生活衛生同業組合 事務局長	
	監事 11	清野 達也	公益社団法人 宇都宮青年会議所 常任理事	新任
	12	増渕 祥子	宇都宮市食生活改善推進員協議会 会長	
	監事 13	佐藤 要	宇都宮市PTA連合会 副会長	
	14	小野 繁明	株式会社ファーマーズ・フォレスト 企画・営業開発プロジェクト推進室 室長	新任
	15	伊藤 元士	宇都宮青果商業協同組合 専務理事	
	16	斉藤 壮彦	株式会社東武宇都宮百貨店 食品部 部長	
	17	山崎 裕希	株式会社オータニ 商品部 青果バイヤー	
	18	金原 恵美	株式会社Cooking&Glow 代表取締役	

※任期：2年間 第1号委員：令和6年6月10日まで
第2・3号委員：令和7年3月31日まで

宇都宮市地産地消推進会議 事務局名簿

役 職	氏 名	所 属
事務局	坂 井 晃	経済部 次長（農政担当）
	枝 一 輝	農林生産流通課 課長
	小 林 尚 志	農林生産流通課 課長補佐
	市 村 憲 和	農林生産流通課 農産物マーケティンググループ係長
	河 野 勝	農林生産流通課 農産物マーケティンググループ総括
	大 山 三 里	農林生産流通課 農産物マーケティンググループ主任主事
	塚 越 智 美	農林生産流通課 農産物マーケティンググループ主事
	沼 尾 優 奈	農林生産流通課 農産物マーケティンググループ主事
	佐 藤 文 雄	宇都宮農業協同組合 営農部 総合販売課 課長

資料 1

議案第 1 号 令和 5 年度事業報告及び収支決算について

令和 5 年度事業報告及び収支決算について，運営要領第 5 条第 1 項第 1 号及び第 2 号の規定に基づき，次のとおり議決を求めます。

令和5年度事業報告及び収支決算について

1 事業報告

(1) 事業方針

- 直売所等の市内に立地する農産物の販売施設を活かした，市民が宇都宮市産農産物（以下「市産農産物」）を手に入れやすい仕組みづくり
⇒ 学校給食とのマッチングによる市産農産物の利用促進 等
- 市産農産物の購入意欲の喚起につながる事業の展開と安全・安心な市産農産物の提供
⇒ 本市来訪者をターゲットとした「うつのみや地産地消マルシェ」の開催による市産農産物の消費拡大 等
- 「第3次宇都宮市地産地消推進計画」の策定

■ 令和5年度事業報告及び収支決算について

(2) 事業内容

ア 手に入れやすい仕組みづくり

- ① うつのみや地産地消推進店（以下、「推進店」）を活用したキャンペーン・フェア
- ② 「推進店マップ2023」の作成・配布
- ③ 推進店の新規認定
- ④ 地場農産物・販売店等マッチング事業（以下、「マッチング事業」）
- ⑤ 足利銀行と連携したマッチング支援強化に向けた調査研究

イ 市民が支える仕組みづくり

- ① 市内イベントにおける市産農産物のPR
- ② 地産地消強化月間（11月）における啓発活動
- ③ 多様な広報媒体を活用した啓発活動

ウ 安心感を高める仕組みづくり

- ① 農産物直売所巡回指導
- ② 農産物の安全・安心対策研修会

令和5年度事業報告及び収支決算について

ア 手に入れやすい仕組みづくり

① 推進店を活用したキャンペーン・フェア

◆「採れたて うつのみや まるかじりキャンペーン」

内 容：市産農産物に貼付されているシールを集めて
応募すると、抽選で宇都宮牛など市産農産物を
プレゼントするもの

実施日：R5. 10. 1～11. 31

店舗数：ヨークベニマル各店など57店舗
(小売店, 直売所対象)



店舗数については目標の50店舗を上回る57店舗の参加，応募数については
昨年の10,643通を上回る10,826通の応募があり市産農産物の購入促進につなげる
ことができた。

令和5年度事業報告及び収支決算について

◆「うつのみや地産地消推進店フェア デジタルdeスタンプラリー」

内 容：市産農産物を使用した地産地消メニューを食べて、スマートフォンでスタンプを1～3個集めて応募すると、抽選で宇都宮牛など市農産物をプレゼントするもの

実施日：R5.10.1～12.31

店舗数：サムライ寿限無，下野農園など61店舗
(飲食店，宿泊施設対象)



店舗数については目標の55店舗を上回る57店舗が参加，応募数については昨年の1,569通を上回る1,803通となり，市産農産物の流通促進につなげることができた。
(前期：875通，後期：928通)

令和5年度事業報告及び収支決算について

②「推進店マップ2023」の作成・配布

内 容：推進店の紹介用マップを作成し，地区市民センターなどで配布することで，市産農産物を購入・飲食できる各推進店の認知度拡大を図るもの



各種イベントや推進店全店舗，28箇所の施設で延べ8,000枚を配布するなど，推進店の認知度拡大を図ることができた。

③推進店の新規認定

内 容：市産農産物の消費拡大を図るため，市産農産物を販売，またはそれを使用した料理を提供する飲食店等の拡大を図るもの

キャンペーン等の機会や保健所等と連携し，推進店の加入促進を図ったことで，市内小売店や飲食店等に新たに10店舗が推進店に加入した。

【令和4年度末 174店舗 ⇒ 令和5年度末 174店舗（辞退10店舗）】

令和5年度事業報告及び収支決算について

④「マッチング事業」の実施

内 容：生産者と実需者のつながりを促進し，市内における新たな地産地消の取組を推進するもの



- ・ 18件の商談を実施し，12件の商談を成立することができた。

【主な商談成立内容】

- ・ 大谷夏いちご×宿泊施設，トマト（白楊高校）×食品加工事業所
- ・ 市産農産物の学校給食提供に向けたマッチングの結果，全校での市産トマトの提供を開始した。

⑤（株）足利銀行との交流連携会議におけるマッチング支援強化に向けた調査研究

内 容：交流・マッチングを希望する顧客情報を一元化し，マッチングを希望する事業者への働きかけを強化するもの

マッチング支援強化のための新たなプラットフォーム構築について合意した。

令和5年度事業報告及び収支決算について

◆ 手に入れやすい仕組みづくり まとめ

●地産地消を推進する取組の拡大

取組全体を通じて、着実に地産地消に取り組む、生産者、事業者、消費者の拡大を図ることができた。

⇒引き続き、地産地消を推進する輪を拡大するため、継続して、地産地消普及に取り組んでいく必要がある。

●生産者と実需者等とのマッチングによる市産農産物の利用促進

マッチング事業により、新たな商談成立のきっかけを創出したほか、特に、学校給食においては、全校での「トマトの日」を実現するなど、市産農産物の利用促進に大きく貢献することができた。

⇒更なる市産農産物の消費拡大を進めるための給食現場と生産現場双方のニーズ把握に努めるなど、関係事業者との意見交換を継続していく必要がある。

令和5年度事業報告及び収支決算について

イ 市民が支える仕組みづくり

①市産農産物のPR

◆うつのみや地産地消パネル展の開催

内 容：市産農産物の地産地消に関する取組を紹介することで、市産農産物の認知度向上・消費拡大を図るもの

実施日：R5.9.1～9.30, R6.2.3～2.29

場 所：宇都宮市南図書館



子どもが多く訪れる図書館という場所を踏まえ、展示内容を子どもから大人まで学べるものに工夫したことで、幅広い年代に対し地産地消の取組を訴求できた。

令和5年度事業報告及び収支決算について

◆市産花きの展示事業

内 容：市民課と連携し，本庁舎1階ロビーをフォトスポットとして活用し市産花きを展示することで市産花きの認知度拡大と需要を喚起するもの

実施日：R5.11.20～11.24

場 所：市役所1階フォトスポット



- ・花き展示と合わせて市内生産者や推進店（花屋）紹介POPを掲出することで，来庁者が市産花きを見て，知る機会の創出ができた。
- ・いい夫婦の日（11月22日）には，JAうつのみやバラ専門部の協力により婚姻届を提出した38組の市民へバラをプレゼントし好評を得た。

令和5年度事業報告及び収支決算について

◆ J A うつのみやフェア開催と併せた P R

内 容： J A うつのみやが実施する市産農産物の
販売会と連携して，地産地消を推進するた
めの P R を実施するもの

実施回数： 14 回

場 所： 福田屋百貨店，イトーヨーカドー宇都宮店，
トライアル宇都宮店， J A 直売所



消費者が農産物を購入するスーパー等で販売会を実施したことにより，市民に
対し地産地消に直結する普及啓発と消費拡大を図ることができた。

令和5年度事業報告及び収支決算について

◆宇都宮青年会議所主催カミナリ祭りへのブース出展

内 容：ライトラインの開業に合わせ全国からの来訪者に対し、市産農産物のPRを行い、認知度拡大を図るもの

[出店内容]

- ・市産農産物を活用した6次化商品の販売
- ・市内生産者による大谷夏いちご関連商品の販売
- ・市内食品加工事業所による市産農産物を使用した焼きそばの販売

実施日：R5.9.17

場 所：宮みらいライトヒル



市外からの来訪者を中心に試食などの体感を通じたPRを行ったことで、準備した商品が完売するなど、効果的なPRを実施することができた。

■ 令和5年度事業報告及び収支決算について

◆全国農協観光協会が市内で実施する収穫体験バスツアーでのPR

内 容：市内で開催される本ツアーにおいて、市産農産物をお土産として配布し、市産農産物のPRと認知度向上を図るもの

- ・ 1回目：いちご、アスパラガスの収穫体験 【17名】
- ・ 2回目：梨、しいたけ等農産物の収穫体験 【23名】

実施日：R5.4.16, R5.10.22

場 所：山口果樹園, ろまんちっく村など

ツアーに参加した東京圏在住者へ市産農産物をPRすることで認知度向上を図った。

令和5年度事業報告及び収支決算について

◆うつのみや地産地消マルシェの開催

内 容：JAうつのみやや生産者と連携し，市民等に広く市産農産物を認知してもらうため，マルシェにより市産農産物の販売，推進店による飲食提供を行うもの

実施日：R5.10.9

R6.1.27（LRT都市サミットと同日開催）

場 所：宮みらいライトヒル

出店数：1回目：10事業者

2回目：8事業者



生産者による市産農産物の販売，推進店による飲食提供，牛乳の無償配布のほか，牛乳の購入促進に向けたウツノミヤテラス施設内推進店との連携等により，消費者が宇都宮産農産物を手に入れやすい環境創出によるPRができた。

■ 令和5年度事業報告及び収支決算について

◆中核市サミット2023 in 宇都宮へのブース出展

内 容：「中核市サミット」会場内において全国の中核市行政職員等に向けてにっこり梨及びみやおとめ（米）などの市産農産物のPRと認知度向上を図るもの

実施日：R5.11.1

場 所：ライトキューブ宇都宮



他県からの来訪者にとって11月の時期の梨はめずらしく、にっこり梨の特徴を活用したPRを行うことができた。

◆「ユリ」販促イベントの実施

内 容：うつのみや農産物ブランド推進協議会が新規ブランド農産物として認定（R5.4）した「ユリ」の認知度拡大を図るもの

実施日：①R5.7.14, R5.1.16 ②R5.10.27～10.29 ③R6.1.16

場 所：①・③市役所地下1階職員生協 ②FKD宇都宮店内花樹歩

販促資材を活用したPRを各種イベントで実施することで認知度向上を図った。

令和5年度事業報告及び収支決算について

②地産地消強化月間（11月）における啓発活動

内 容：地産地消強化月間に合わせ、市産農産物の消費拡大や地産地消の促進を図るため各種媒体を活用したPRを重点的に実施するもの

[実施内容]

- ・ 広報うつのみや11月号での地産地消特集
- ・ ミヤラジや庁内放送を活用したPR
- ・ 市役所1階ディスプレイなどでの市産米の紹介やパネルの展示
- ・ オリオンスクエア等での大型映像装置による地産地消キャンペーン等のPR



ライトライン停留場等に設置されているデジタルサイネージへのPRを開始したほか、市広報紙の特集を強化するなど、市独自の広報媒体を最大限活用した、啓発活動を展開できた。

令和5年度事業報告及び収支決算について

③多様な広報媒体を活用した啓発活動

内 容：市産農産物の消費拡大や地産地消の促進を図るため推進店のおすすめ料理など地産地消に係るお得な情報のPRを、定期的に実施するもの

〔実施内容〕

- ・「推進店だより」の配信
- ・アグリファンクラブ会員へメルマガで情報発信
- ・広報紙特集ページにおける市産農産物の紹介〔再掲〕
- ・InstagramやHP、市のデジタルサイネージ等で情報発信



年間を通して随時、情報発信をしてきたことで、着実にフォロワー数が増加
(参考) 令和6年4月時点 Instagramフォロワー数 942人 (+171人)
アグリファンクラブ会員数 1,184人 (+17人)

令和5年度事業報告及び収支決算について

◆ 市民が支える仕組みづくり まとめ

●効果的・効率的なPRの実施

ライトライン開業やライトキューブ宇都宮を活用した全国規模のイベントと連携することで、限られたコストの中で県内外の多くの方に対し、市産農産物PRを効果的・効率的に実施できた。

⇒ 市産農産物を知り、買い支える環境の構築に向けては、市産農産物の更なる認知度向上が課題となることから、あらゆる機会、HPやSNSなどを通じたPR活動のほか、生産者と消費者の結びつきの強化に取り組む必要がある。

令和5年度事業報告及び収支決算について

ウ 安心感を高める仕組みづくり

①農産物直売所巡回指導

内 容：栃木県河内農業振興事務所と連携し，出荷制限対象農産物等及び生産履歴記帳についての確認・指導を行うもの

実施日： R5. 4. 20～4. 26, R5. 10. 2～10. 5

市内全22箇所の農産物直売所に対し巡回を実施した。

②農産物の安全・安心対策研修会

内 容：生産者を対象にした研修会等により，安全・安心な農産物づくりに，生産履歴の記帳が必要不可欠である理由等の理解促進を図るもの
[令和5年度テーマ]農薬の適正使用及び生産履歴の記帳について

講師：河内農業振興事務所職員

実施日：R5. 7. 20 参加者：26人

研修を受講した参加者からは，「消費者の身になって農薬を使用する重要性を感じた」，「生産履歴の必要性が再確認できて良かった」等の感想を得られた。

令和5年度事業報告及び収支決算について

◆ 安心感を高める仕組みづくり まとめ

●生産者としての信頼を向上させるための支援の実施

栃木県と連携し，市内全22箇所の農産物直売所に対して，出荷制限対象農産物等及び生産履歴記帳についての確認・指導を行うことができた。

⇒ 農薬の適用外使用や使用基準の間違いなどの発生を未然に防ぐため，引き続き，生産者が生産履歴記帳を行い使用基準の再確認できる機会を創出していく必要がある。

令和5年度事業報告及び収支決算について

(参考) 成果目標

- 令和元年度総会において現在の成果目標を設定
- 期間は令和5年度までの5か年で設定

○宇都宮市産農産物を積極的に購入する市民の割合⇒令和5年度目標 100%
「手に入れやすい仕組みづくり」「市民が支える仕組みづくり」の目標値として設定，宇都宮市産農産物が消費拡大することを目指す。

H30	R1	R2	R3	R4	R5	増減
78.5%	75.8%	—	84.7%	84.7%	83.7%	+5.2pt

○出荷者すべてが生産履歴を記帳している直売所の割合⇒令和5年度目標100%
「安心感を高める仕組みづくり」の目標値として設定，安全安心な宇都宮市産農産物が供給されることを目指す。（R5実績については，現在調査中）

H30	R1	R2	R3	R4	R5	増減
33.3%	73.9%	75.0%	90.9%	90.9%	—	+57.6pt

■ 令和5年度事業報告及び収支決算について

2 令和5年度収支決算

◆ 年度収支

令和5年度収入決算額 10,967,149円

令和5年度支出決算額 10,269,548円

差引残高 697,601円（次年度に繰越）

＜繰越金の用途について＞

事業を効率的に実施したことで、697,601円の剰余金が生じたが、令和6年度においてもライトライン関連や世界的スポーツイベントなどPR機会の増加が見込まれるとともに、グリーン農業の普及啓発事業も新たに加わることから、PR活動を一層強化するため令和6年度に繰越し、事業へ活用するものとする。

令和5年度事業報告及び収支決算について

(1) 収入の部

(単位：円)

科 目		予算額	決算額	比較増減	備 考
款	項 目				
1 交付金		7,683,000	7,683,000	0	
	(1) 交付金	7,683,000	7,683,000	0	宇都宮市
2 助成金		2,566,000	2,566,000	0	
	(1) 団体助成金	2,566,000	2,566,000	0	宇都宮農業協同組合
3 繰越金		544,289	544,289	0	
	(1) 繰越金	544,289	544,289	0	前年度繰越金
4 雑収入		711	173,860	173,149	
	(1) 雑収入	711	173,860	173,149	利息, 農産物委託販売による売上
合 計		10,794,000	10,967,149	173,149	

令和5年度事業報告及び収支決算について

(2) 支出の部

(単位：円)

科 目		予算額	決算額	比較増減	備 考
款	項 目				
1 事務費		239,000	249,768	10,768	
	(1) 会議費	12,000	10,660	△1,340	
	(2) 事務費	227,000	239,108	12,108	郵送代, 振込手数料ほか
2 事業推進費		10,555,000	10,019,780	△535,220	
	(1) 普及啓発活動費 【市民が支える仕組みづくり】	225,000	367,350	142,350	啓発用物品【334,400円】 花きの消費喚起策【30,000円】 ほか
	(2) 地場農産物利用促進費【手に入れやすい仕組みづくり】	10,292,000	9,652,430	△639,570	地産地消キャンペーン・フェア【7,350,000円】 地産地消推進店マップの作製費用【1,538,900円】 地産地消マルシェ出展に係る費用【508,340円】 ほか
	(3) 安全・安心な農産物供給事業費【安心感を高める仕組みづくり】	38,000	0	△38,000	
合 計		10,794,000	10,269,548	△524,452	

■ 令和5年度事業報告及び収支決算について

(写) 監査報告

令和5年度宇都宮市地産地消推進会議の事業執行及び会計について、関係書類及び帳簿等を監査した結果、事業の執行状況及び会計等すべて適正であったことを認めます。

令和6年 4月17日

監 事	清 野	達 也
監 事	佐 藤	要

※原本は事務局にて保管しています。

資料 2

議案第 2 号 令和 6 年度事業計画及び収支予算について

令和 6 年度事業計画及び収支予算について，運営要領第 5 条第 1 項第 1 号及び第 2 号の規定に基づき，次のとおり議決を求めます。

■ 令和6年度事業計画及び収支予算について

1 事業計画

(1) 事業方針

- 「第3次宇都宮市地産地消推進計画」に基づいた事業の展開

「第3次宇都宮市食料・農業・農村基本計画」策定に合わせ、新たに策定された「第3次宇都宮市地産地消推進計画」に基づき、「市民全体で支え合う関係性の強化」「手に入れやすい仕組みづくり」「安全・安心の見える化」「グリーン農業への理解促進」につながる事業を展開する。

- 生産者と消費者の接点強化

生産者と消費者が直接コミュニケーションをとることができる機会を創出するため、生産者が参加するイベントを増やすことで双方の接点を強化する。

令和6年度事業計画及び収支予算について

- 推進店の更なる普及拡大

推進店等の市内に立地する農産物の販売施設を活かし、市民が市産農産物を手に入れやすい仕組みづくりの推進や安全・安心な市産農産物が提供され、市民の市産農産物の購入意欲の喚起につながる事業を展開していく。

- 消費者視点に立ったPRの強化

地産地消キャンペーン等では、農産物の魅力に加え、農産物を通じた「体験（こと）」を提案するなど、消費者に地産地消の意義やグリーン農業の推進などに興味をもってもらえる事業を展開していく。

■ 令和6年度事業計画及び収支予算について

(2) 事業内容

ア 手に入れやすい環境の整備

- ① 推進店の増加・充実など消費者が利用しやすい環境の創出【強化】
 - ・ 推進店を活用したキャンペーン・フェアの実施【強化】
 - ・ 推進店マップの作成・配布
 - ・ 推進店の新規認定, PR
- ② 生産者と実需者等との地場農産物マッチングによる市産農産物の利用促進
 - ・ 市場ニーズを踏まえた生産者と実需者のマッチング
 - ・ 学校給食とのマッチング
- ③ 直売所機能充実による消費者の利便性向上
 - ・ 簡易改修費用等の一部を助成する農産物直売所イメージアップ事業の実施

■ 令和6年度事業計画及び収支予算について

イ 市民全体で支え合う関係性の強化

① 市内イベント等における市産農産物のPR【強化】

- ・ 「うつのみや地産地消マルシェ」の開催
- ・ 注目度の高いイベントや販売会への出展

② 地産地消強化月間（11月）における啓発活動

- ・ 市庁舎内ディスプレイにてパンフレットやのぼり旗の掲示
- ・ 広報紙、新聞・ラジオなど様々な媒体での普及啓発

③ 多様な広報媒体を活用した啓発活動

- ・ 「農業王国うつのみや」HP、SNS、アグリファンクラブ会員メールマガジン等

令和6年度事業計画及び収支予算について

ウ 安全・安心の見える化

① 生産履歴記帳の確認

- ・ 県河内農業振興事務所と連携し、農産物直売所での生産者への生産履歴記帳等の確認指導や農産物放射性物質検査の実施

② 農産物の安全に関する研修会の開催

- ・ 県河内農業振興事務所・宇都宮農業協同組合と連携し、生産者向け研修会を実施

③ 農産物直売所イメージアップ事業における残留農薬自主検査の補助

令和6年度事業計画及び収支予算について

エ グリーン農業への理解促進【新規】

① グリーン農業推進協議会への参画

- ・ 宇都宮市が設置するグリーン農業推進協議会へ本推進会議が参画し、栃木県、JAうつのみやなど、関係者が一体となってグリーン農業を推進【参考資料2】

② 市民のグリーン農業に対する理解促進

- ・ うつのみや地産地消マルシェなどの機会を活用したPR・情報発信

③ グリーン農業で生産された農産物の消費拡大

- ・ グリーン農業に取り組む市内生産者の情報収集及び需要創出に向けた調査研究の実施

令和6年度事業計画及び収支予算について

◆主な年間スケジュール（予定）

時期	内容
4月～	・推進店マップ作成 ・グリーン農業推進協議会への参画
8月～	地産地消マルシェ（グリーン農業の普及啓発含む）等でのPR
11月	地産地消強化月間における啓発活動
9～12月	農産物の安全安心に関する研修会の開催 採れたて うつのみや まるかじりキャンペーン 飲食店フェアの開催
随時	・推進店の増加・充実に向けた新規加入店勧誘 ・地場農産物マッチング事業の実施 ・直売所の巡回指導 ・農業王国うつのみやHPやSNS等での情報発信

令和6年度事業計画及び収支予算について

2 令和6年度収支予算

(1) 収入の部

(単位：円)

科 目		本年度 予算額	前年度 予算額	比較増減	備 考
款	項 目				
1 交付金		7,711,000	7,683,000	28,000	
	(1) 交付金	7,711,000	7,683,000	28,000	宇都宮市
2 助成金		2,570,000	2,566,000	4,000	
	(1) 団体助成金	2,570,000	2,566,000	4,000	宇都宮農業協同組合
3 繰越金		697,601	544,289	153,312	
	(1) 繰越金	697,601	544,289	153,312	前年度繰越金
4 雑収入		399	711	△312	
	(1) 雑収入	399	711	△312	利息等
合 計		10,979,000	10,794,000	185,000	

令和6年度事業計画及び収支予算について

(2) 支出の部

(単位：円)

科 目		本年度 予算額	前年度 予算額	比較増減	備 考
款	項 目				
1 事務費		175,000	239,000	△64,000	
	(1) 会議費	4,000	12,000	△8,000	
	(2) 事務費	171,000	227,000	△56,000	郵送代, 振込手数料ほか
2 事業推進 費		10,804,000	10,555,000	249,000	
	(1) 普及啓発活動費 【市民全体で支え合う関係性の強化】 【グリーン農業への理解促進】	225,000	225,000	0	啓発用物品 ほか
	(2) 地場農産物利用促進費 【手に入れやすい環境の整備】 【グリーン農業への理解促進】	10,541,000	10,292,000	249,000	地産地消キャンペーン・フェア, 地産地消推進店マップの作製費用, 地産地消マルシェ出展に係る費用 ほか
	(3) 安全・安心な農産物供給事業費 【安全・安心の見える化】	38,000	38,000	0	残留農薬に関する費用 ほか
合 計		10,979,000	10,794,000	185,000	

令和6年度事業計画及び収支予算について

3 成果目標等の設定

(1) 経過

- 令和元年度総会において現在の成果目標を設定
- 期間は令和5年度までの5か年で設定

○宇都宮市産農産物を積極的に購入する市民の割合⇒令和5年度目標 100%
「手に入れやすい仕組みづくり」「市民が支える仕組みづくり」の目標値として設定，宇都宮市産農産物が消費拡大することを目指す。

H30	R1	R2	R3	R4	R5	増減
78.5%	75.8%	-	84.7%	84.7%	83.7%	+5.2pt

○出荷者すべてが生産履歴を記帳している直売所の割合⇒令和5年度目標100%
「安心感を高める仕組みづくり」の目標値として設定，安全安心な宇都宮市産農産物が供給されることを目指す。（R5実績については，現在調査中）

H30	R1	R2	R3	R4	R5	増減
33.3%	73.9%	75.0%	90.9%	90.9%	—	+57.6pt

■ 令和 6 年度事業計画及び収支予算について

(2) 成果目標の見直し

- 「第 3 次宇都宮市食料・農業・農村基本計画」（「第 3 次宇都宮市地産地消推進計画」も内包）が策定されたことから、当該計画の体系や施策と関連させた成果目標に改める。
- 期間は、当該計画の見直し時期に合わせ「5 か年（令和 6 年度から 1 0 年度まで）」とする。

令和6年度事業計画及び収支予算について

成果目標	R5実績	成果目標を高めるための主な取組	計画との関連性
	R10目標		
①市産農産物を積極的に購入する市民の割合 (市政世論調査結果)	83.7%	・推進店の拡大・充実 ・地場農産物マッチング事業 ・直売所イメージアップ事業（改修） ・アグリビジネス創出事業	「手に入れやすい環境の整備」 「市民全体で支え合う関係性の強化」
	92.0% (R15:100%)		
②出荷者すべてが生産履歴を記帳している直売所の割合	(参考値) R4実績90.9%	・巡回指導 ・安全安心講習会の開催 ・直売所イメージアップ事業（残留農薬検査への支援）	「安全・安心の見える化」
	100.0%		
③環境に配慮した農産物を選択したいと思う市民の割合 (市政世論調査結果)	86.9%	・地産地消マルシェでのPR ・市内グリーン農業の情報発信	「グリーン農業への理解促進」
	93.5% (R15:100%)		

【参考資料 1】 第 3 次宇都宮市食料・農業・農村基本計画の概要



宇都宮市
Utsunomiya City

目指す農業都市像

担い手いきいき！消費者にっこり！市民・地域と未来へつなぐ「農業王国うつのみや」

基本理念（あるべき状態）

農業者

職業としての農業に魅力を感じ、自信と誇りを持って、持続可能な農業生産を実践している。

消費者

市民の環境配慮に対する意識が高まり、市内産農産物が積極的に選択されています。

市民・地域コミュニティ

農の多面的機能の恩恵を受ける一方で、農業や農村環境の維持・発展に貢献している。

人づくり

基盤づくり

生産流通体制
づくり

地域づくり

取組の主要フィールド

戦略
プラン

稼げる農業
(産業政策)

農業者いきいきプロジェクト

農産物価値向上プロジェクト

つながる農業
(地域政策)

グリーン農業（※）ひろがるプロジェクト

農業・農村つながりプロジェクト

※グリーン農業…環境と調和のとれた持続可能な農業生産の実現に向け、「環境負荷の低減」と「収益性の向上」を両立する農業生産に取り組む農業

【参考資料 1】 第 3 次宇都宮市食料・農業・農村基本計画の概要



宇都宮市
Utsunomiya City

稼げる農業 (産業政策)

プロジェクト

農業者いきいきプロジェクト

- ・農地の大区画化の推進
- ・麦・大豆や露地野菜への作付転換の促進
- ・スマート農業技術の導入促進 など

農産物価値向上プロジェクト

- ・経営方針に応じた販路の確保支援
- ・新たな付加価値の創出 など

グリーン農業ひろがるプロジェクト

- ・グリーン農業技術の普及促進
- ・グリーン農業の消費者理解の促進など

農業・農村つながりプロジェクト

- ・多面的機能保全活動の維持・拡大
- ・都市農村交流活動の支援 など

つながる農業 (地域政策)

指標

農業所得 1,000 万円以上の認定農業者数

実績 (R4) : 125 経営体

⇒ 目標 (R15) : 175 経営体

※現行計画目標 : 190 経営体

販路拡大・付加価値向上に意欲的に取り組む農業者

実績 (R4) : 135 人

⇒ 目標 (R15) : 250 人

環境に配慮した農産物を選択したいと思う市民の割合

新規設定 : 86.9% (速報値)

⇒ 目標 (R15) : 100%

宇都宮の農業を大切にしたいと思う市民の割合

実績 (R4) : 92.7%

⇒ 目標 (R15) : 100%

※現行計画目標 : 100%

【参考資料 1】 第 3 次宇都宮市食料・農業・農村基本計画の概要



宇都宮市
Utsunomiya City

生産流通体制づくり

基本施策と主な事業

(1) マーケティングの強化

- ・市場ニーズの把握
- ・市場を意識した効果的なPR

(2) 市場ニーズを踏まえた 生産から販売環境の充実

- ・【拡充】経営方針に応じた販路の確保
- ・【拡充】新たな付加価値の創出
- ・麦・大豆や露地野菜等への作付転換の促進

(3) 生産性向上に資する 農業技術の普及

- ・農業DX・スマート農業技術の導入促進
- ・【拡充】グリーン農業技術の普及促進

(4) 地産地消の推進 《地産地消推進計画》

- ・宇都宮産農産物の利用促進
- ・食育の推進（家庭・学校等）**【都市農業】**
- ・【拡充】グリーン農業の理解促進

成果指標

水田における畑作物の作付面積（基幹作）

R 4 実績：1, 0 0 5 ha

⇒ 目標（R 1 5）：1, 2 0 0 ha

スマート機器導入数

R 4 実績：1 9 8 件

⇒ 目標（R 1 5）：3 0 0 件

「グリーン農業推進方針」に基づく取組の 計画認定数

新規設定（R 4 実績なし）：－

⇒ 目標（R 1 5）：7 7 0 経営体

本市農産物を選択する市民の割合

R 4 実績：8 4 . 7 %

⇒ 目標（R 1 5）：1 0 0 %

※現行計画目標：1 0 0 %

活動指標

露地野菜の
新規作付面積

スマート農業機器の
補助件数

グリーン農業現地
検討会参加者数

地産地消推進店数

【参考資料 1】 第 3 次宇都宮市食料・農業・農村基本計画の概要



宇都宮市
Utsunomiya City

《地産地消推進計画》

①手に入れやすい環境の整備

- ・宇都宮産農産物を日常的に気軽に手に取ることができるよう取扱い店舗等の増加や充実を図ります。
- ・市民が宇都宮産農産物の購入できる機会をいつでも知ることができるよう情報提供・発信を図ります。
- ・宇都宮産農産物の流通量や活用機会の増加に向け、生産者と流通・実需者との更なる関係構築を図ります。

【主な事業】

- ・認定制度や直売所支援を通じた販売機会の拡大・充実
- ・購入機会の積極的な情報発信
- ・生産者と実需者等のマッチング推進
- ・6次産業化の効果的な活用

②市民全体で支え合う関係性の強化

- ・日ごろから地産地消に触れ、愛着を持ち、消費行動につながるよう、食や買い物などの日常生活の機会での意欲喚起を図ります。
- ・地産地消が果たす社会的意義を理解し、積極的に行動をとれる市民が増えるよう、学校教育などの機会を活用しながら、引き続き、ライフステージに応じた意識醸成を図ります。
- ・農業の大切さや食とのつながりを知り、主体的に実践できる市民が増えるよう、実体験の提供を通じた意識の醸成を図ります。

【主な事業】

- ・地産地消推進店等と連携した消費の喚起
- ・宇都宮産農産物に対する愛着の醸成
- ・学校給食等における地産地消の推進
- ・食や食育と連携した地産地消の推進
- ・市民農園等都市農村交流体験の推進

③安全・安心の見える化

- ・市民が安心して宇都宮産農産物を選択しつづけられるよう、適正に生産された農産物の見える化や情報発信を図ります。

【主な事業】

- ・農産物の安全・安心対策の推進
- ・GAP認定制度など生産工程の見える化の普及
- ・安全・安心な本市農産物の情報発信

④グリーン農業への理解促進

- ・消費をはじめ市民のグリーン農業の普及に対する協力を得られるよう、PR等を通じて理解促進を図ります。

【主な事業】

- ・グリーン農業の啓発に向けた情報発信
- ・グリーン農業に係る新たな需要の創出

【参考資料 2】 グリーン農業推進協議会について

(1) 設立の目的（令和 6 年 5 月頃 設立予定）

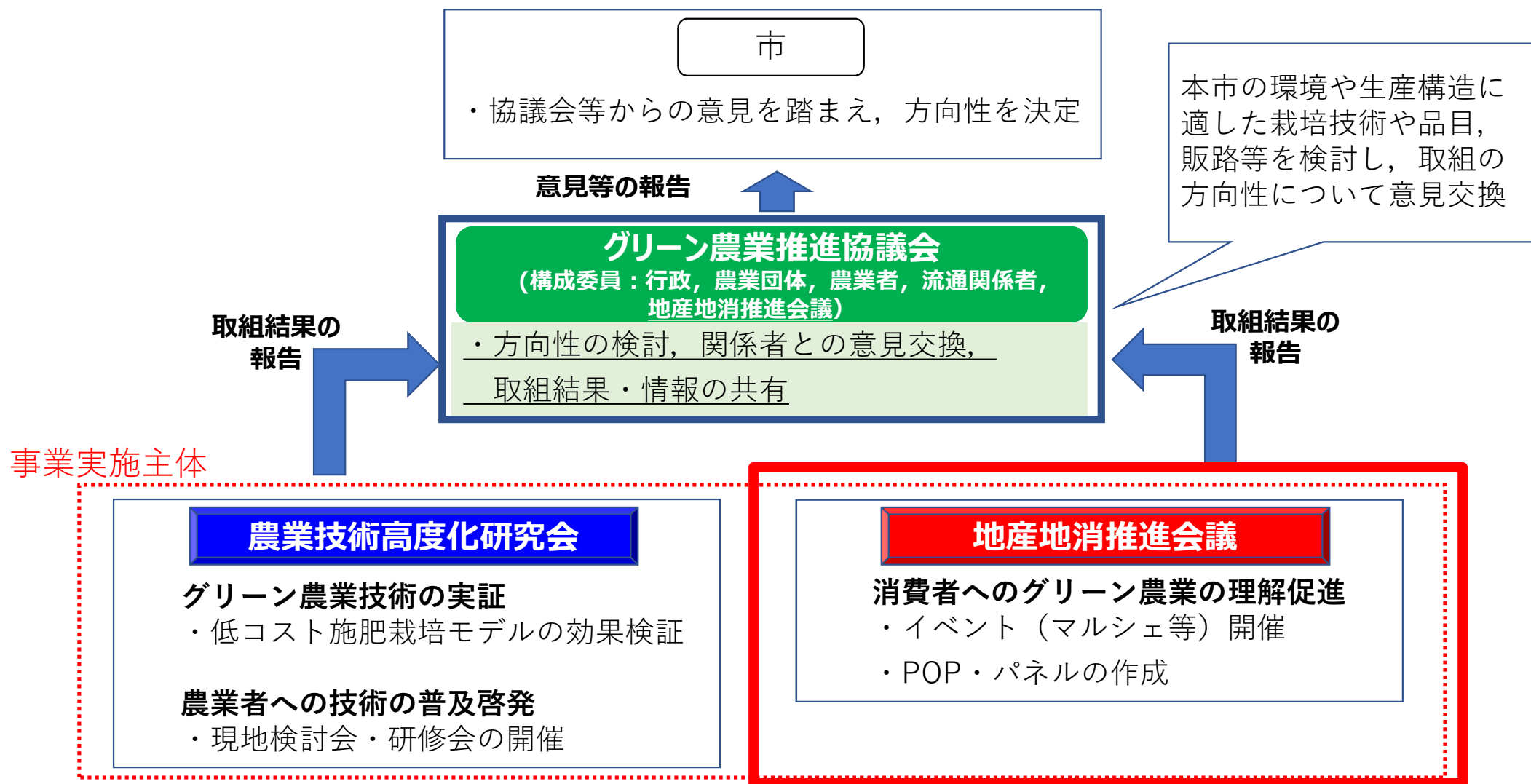
環境と調和のとれた持続可能な食料システムの実現に向け、環境負荷低減に資する生産技術の普及に取り組むとともに、環境に配慮した農産物の流通・消費拡大を図るため、消費者の意識醸成に取り組むため、県やJAに加え、流通関係者や消費者など、関係者が一体となって、グリーン農業を推進するもの。

(2) 体制

事業の実施主体として、農業技術高度化研究会において、グリーン農業の推進に寄与する低コスト技術やスマート農業技術などの実証を行い、農業者への普及啓発に取り組むとともに、地産地消推進会議において、消費者に対して、グリーン農業の理解促進に取り組む。

なお、グリーン農業の方向性等は、適宜、農業振興対策審議会に報告する。

【参考資料 2】 グリーン農業推進協議会について



令和6年度に向けた強化のポイント

【参考資料】

令和5年度を取組を踏まえた課題

■ 手に入れやすい仕組みづくり

●地産地消を推進する取組の拡大

⇒ 地産地消を推進する輪を拡大するため、継続して普及啓発に取り組んでいく必要がある。

●生産者と実需者等とのマッチングによる市産農産物の利用促進

⇒ 更なる市産農産物の消費拡大を進めるための給食現場と生産現場双方のニーズ把握に努めるなど、関係事業者との意見交換を継続していく必要がある。

■ 市民が支える仕組みづくり

●効果的・効率的なPRの実施

⇒ 市産農産物を知り、買い支える環境の構築に向けては、市産農産物の更なる認知度向上が課題となることから、あらゆる機会、HPやSNSなどを通じたPR活動のほか、生産者と消費者の結びつきの強化に取り組む必要がある。

■ 安心感を高める仕組みづくり

●生産者としての信頼を向上させるための支援の実施

⇒ 農薬の適用外使用や使用基準の間違いなどの発生を未然に防ぐため、引き続き、生産者が生産履歴記帳を行い使用基準の再確認できる機会を創出していく必要がある。

令和6年度を取組における強化のポイント

■ 手に入れやすい環境の整備

・推進店等の市内に立地する農産物の販売施設を活かし、市民が市産農産物を手に入れやすい仕組みづくりの推進や安全・安心な市産農産物が提供され、市民の市産農産物の購入意欲の喚起につながる事業を展開していく。

- ① 推進店の増加・充実など消費者が利用しやすい環境の創出【強化】
- ② 生産者と実需者等との地場農産物マッチングによる市産農産物の利用促進
- ③ 直売所機能充実による消費者の利便性向上

■ 市民全体で支え合う関係性の強化

・地産地消キャンペーン等では、農産物の魅力に加え、農産物を通じた「体験（こと）」を提案するなど、消費者に地産地消の意義やグリーン農業の推進などに興味をもってもらえる事業を展開していく。

・地生産者と消費者が直接コミュニケーションをとることができる機会を創出するため、生産者が参加するイベントを増やすことで双方の接点を強化する。

- ① 市内イベント等における市産農産物のPR【強化】
- ② 地産地消強化月間（11月）における啓発活動
- ③ 多様な広報媒体を活用した啓発活動

■ 安全・安心の見える化

・安全・安心に向けた生産者の取組を見える化するなど、消費者側が受け取りやすいPR方法を強化していく。

- ① 生産履歴記帳の確認
- ② 農産物の安全に関する研修会の開催
- ③ 農産物直売所イメージアップ事業における残留農薬自主検査の補助

■ 【新】グリーン農業への理解促進

・グリーン農業といった新たな社会的ニーズに対する市民理解について、新たな取組を展開していく。

- ① グリーン農業推進協議会への参画
- ② 市民のグリーン農業に対する理解促進
- ③ グリーン農業で生産された農産物の消費拡大